

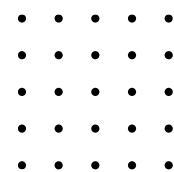
LUẬT QUẢNG CÁO 2025 NHỮNG ĐIỂM MỚI ĐÁNG CHÚ Ý

📍 Thành phố Hồ Chí Minh

🕒 27 tháng 6 năm 2025

Trình bày bởi:

TS. LS. PHAN HOÀI NAM





Giới thiệu diễn giả



TS. PHAN HOÀI NAM

Luật sư, ACCA, CPA, ADIT, LLM
CEO & Managing Partner, W&A
Giảng viên Học viện Tư pháp
Trọng tài viên VIAC

Học vấn:

- Tiến sĩ Quản trị Kinh doanh (SSBM, Thụy Sĩ)
- Thạc sĩ Luật, Đại học Panthéon Assas (Paris II, Pháp);
- Chứng chỉ hành nghề Luật sư, Bộ Tư pháp;
- Chứng chỉ Kiểm toán viên, thành viên kỳ cựu Hiệp hội Kế toán Công chứng Anh Quốc (Fellow of ACCA - FCCA);
- Chứng chỉ Thuế Quốc tế ADIT - Hiệp hội Thuế Anh Quốc (CIOT);
- Chứng chỉ Kiểm toán viên Việt Nam (CPA);
- Chứng chỉ Quản trị Tài chính (MIT)
- Chứng chỉ hành nghề thuế – Tổng Cục Thuế, Bộ Tài chính;
- Chứng chỉ hành nghề hải quan – Tổng Cục Hải quan, Bộ Tài chính.

Kinh nghiệm:

- Kinh nghiệm gần 20 năm trong lĩnh vực pháp lý và tài chính;
- Điều hành Hãng tư vấn và Hãng Luật W&A;
- Nguyên Giám đốc tư vấn Luật và Thuế tại KPMG Việt Nam;
- Nguyên Giám đốc Tài chính & Pháp chế tập đoàn đa quốc gia
- Giảng viên khóa đào tạo Luật sư tại Học viện Tư pháp
- Giảng viên chương trình ACCA



NHỮNG ĐIỀU LUẬT ĐƯỢC SỬA ĐỔI, BỔ SUNG

Điều 2 – Giải thích từ ngữ	Điều 18. Tiếng nói, chữ viết trong quảng cáo
Điều 8. Hành vi cấm trong hoạt động quảng cáo	Điều 19. Yêu cầu đối với nội dung quảng cáo
Điều 11. Xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo	Điều 20. Điều kiện quảng cáo
Điều 13. Quyền và nghĩa vụ của người kinh doanh dịch vụ quảng cáo	Điều 21. Quảng cáo trên báo in
Điều 14. Quyền và nghĩa vụ của người phát hành quảng cáo	Điều 22. Quảng cáo trên báo nói, báo hình
Điều 15a. Quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo	Điều 23. Quảng cáo trên mạng
Điều 17. Phương tiện quảng cáo	Điều 26. Quảng cáo trong bản ghi âm, ghi hình, quảng cáo trong nội dung phim
	Điều 28. Quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo



ĐIỀU 2 – GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

Luật quảng cáo 2012

1. Quảng cáo là việc sử dụng các phương tiện nhằm giới thiệu đến công chúng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ có mục đích sinh lợi; sản phẩm, dịch vụ không có mục đích sinh lợi; tổ chức, cá nhân kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được giới thiệu, trừ tin thời sự; chính sách xã hội; thông tin cá nhân.
4. Xúc tiến quảng cáo là hoạt động tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội ký kết **hợp đồng dịch vụ quảng cáo**.
6. Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo là tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình quảng cáo theo hợp đồng cung ứng dịch vụ quảng cáo với người quảng cáo.
7. Người phát hành quảng cáo là tổ chức, cá nhân dùng phương tiện quảng cáo thuộc trách nhiệm quản lý của mình giới thiệu sản phẩm quảng cáo đến công chúng, bao gồm cơ quan báo chí, nhà xuất bản, chủ trang thông tin điện tử, người tổ chức chương trình văn hóa, thể thao và tổ chức, cá nhân sử dụng phương tiện quảng cáo khác.

Luật quảng cáo 2025

1. Quảng cáo là việc sử dụng **người**, phương tiện nhằm giới thiệu **đến người tiếp nhận** quảng cáo về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ, tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.
4. Xúc tiến quảng cáo là hoạt động tìm kiếm, thúc đẩy cơ hội ký kết **hợp đồng quảng cáo**.
6. Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo là tổ chức, cá nhân thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình quảng cáo **theo hợp đồng quảng cáo**.
7. Người phát hành quảng cáo là tổ chức, cá nhân **sử dụng người chuyển tải sản phẩm quảng cáo**, phương tiện quảng cáo (sau đây gọi là người, phương tiện quảng cáo) thuộc trách nhiệm quản lý của mình nhằm giới thiệu sản phẩm quảng cáo, bao gồm cơ quan báo chí, nhà xuất bản, chủ trang thông tin điện tử, người tổ chức chương trình văn hóa, thể thao và tổ chức, cá nhân sử dụng người, phương tiện quảng cáo khác

ĐIỀU 2 – GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

Luật quảng cáo 2012

8. Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người trực tiếp đưa các sản phẩm quảng cáo đến công chúng hoặc thể hiện sản phẩm quảng cáo trên người thông qua hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ hoặc các hình thức tương tự.

9. Người tiếp nhận quảng cáo là người tiếp nhận thông tin từ sản phẩm quảng cáo thông qua phương tiện quảng cáo.

Chưa quy định

Chưa quy định

Luật quảng cáo 2025

8. Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo là người trực tiếp quảng cáo, **khuyến nghị, xác nhận các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trên mạng hoặc trực tiếp** quảng cáo bằng hình thức mặc, treo, gắn, dán, vẽ, sử dụng **có mục đích sinh lợi** hoặc **các hình thức khác theo quy định của Chính phủ**.

9. Người tiếp nhận quảng cáo là người tiếp nhận thông tin từ sản phẩm quảng cáo **thông qua người**, phương tiện quảng cáo.

14. Hoạt động cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới tại Việt Nam là việc các tổ chức, cá nhân tại nước ngoài sử dụng hệ thống thiết bị cung cấp dịch vụ đặt ngoài lãnh thổ Việt Nam để cung cấp dịch vụ quảng cáo cho người sử dụng tại Việt Nam qua Internet.

15. Vật thể quảng cáo là đồ vật được thiết kế, đặt hoặc sử dụng nhằm mục đích chuyển tải thông tin quảng cáo.

ĐIỀU 2 – GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

Luật quảng cáo 2012

3. Quảng cáo thiếu thẩm mỹ, trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức, thuần phong mỹ tục Việt Nam.

10. Quảng cáo bằng việc sử dụng phương pháp so sánh trực tiếp về giá cả, chất lượng, hiệu quả sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình với giá cả, chất lượng, hiệu quả sử dụng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cùng loại của tổ chức, cá nhân khác.

Luật quảng cáo 2025

3. Quảng cáo trái với truyền thống lịch sử, văn hóa, đạo đức xã hội.

10. Quảng cáo **so sánh** sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của mình với sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cùng loại của tổ chức, cá nhân khác **nhưng không có tài liệu hợp pháp chứng minh.**

ĐIỀU 2 – GIẢI THÍCH TỪ NGỮ

Luật quảng cáo 2012

1. Tổ chức có hành vi vi phạm quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử phạt vi phạm hành chính; nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.
2. Cá nhân có hành vi vi phạm quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật, xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự; nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.
3. Cơ quan quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo phải chịu trách nhiệm về quyết định xử lý của mình; trường hợp quyết định sai, gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

Luật quảng cáo 2025

1. Tổ chức, cá nhân có hành vi vi phạm quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan thì tùy theo tính chất, mức độ vi phạm mà bị xử lý kỷ luật, **xử phạt vi phạm hành chính hoặc bị truy cứu trách nhiệm hình sự**; nếu gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.
2. **Cơ quan, người có thẩm quyền phải chịu trách nhiệm về quyết định xử lý của mình**; trường hợp quyết định sai, gây thiệt hại thì phải bồi thường theo quy định của pháp luật.

ĐIỀU 15A. QUYỀN VÀ NGHĨA VỤ CỦA NGƯỜI CHUYỂN TẢI SẢN PHẨM QUẢNG CÁO



Quyền của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo:

- Được người quảng cáo cung cấp thông tin trung thực, đầy đủ, chính xác về tổ chức, cá nhân, sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ được quảng cáo và các tài liệu liên quan đến điều kiện quảng cáo;



Nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, người có ảnh hưởng:

- Tuân thủ các quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định khác của pháp luật có liên quan về việc cung cấp thông tin liên quan đến tính năng, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ khi thực hiện quảng cáo; thực hiện nghĩa vụ về thuế khi phát sinh doanh thu từ dịch vụ quảng cáo theo quy định của pháp luật về thuế;
- Cung cấp tài liệu liên quan đến nội dung quảng cáo khi cơ quan nhà nước có thẩm quyền yêu cầu;
- Chịu trách nhiệm trước pháp luật trong trường hợp nội dung quảng cáo không bảo đảm các yêu cầu theo quy định.



Người có ảnh hưởng theo quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi chuyển tải sản phẩm quảng cáo có nghĩa vụ:

- Xác minh về độ tin cậy của người quảng cáo; kiểm tra tài liệu liên quan đến sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ quảng cáo; trường hợp chưa sử dụng hoặc chưa hiểu rõ về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ thì không được giới thiệu về sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ;
- Thông báo về việc quảng cáo ngay trước và trong khi thực hiện hoạt động quảng cáo.

ĐIỀU 19. YÊU CẦU ĐỐI VỚI NỘI DUNG QUẢNG CÁO

1. Yêu cầu cơ bản đối với nội dung quảng cáo (khoản 1)

- So với luật cũ: Rõ ràng và trực diện hơn.
- Luật 2025 yêu cầu nội dung quảng cáo phải:
 - Trung thực, chính xác, rõ ràng;
 - Không gây hiểu nhầm về:
 - Tính năng,
 - Chất lượng,
 - Công dụng,
 - Tác dụng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ.

2. Quy định mới về ghi chú, khuyến cáo, cảnh báo (khoản 2)

- Lần đầu tiên quy định chi tiết hình thức thể hiện phần cảnh báo:
- Phải rõ ràng, dễ tiếp cận;
- Chữ viết: màu tương phản với màu nền, không nhỏ hơn cỡ chữ trong nội dung quảng cáo chính;
- Đối với hình thức có âm thanh (TV, radio,...):
 - Phần cảnh báo phải được đọc rõ ràng, đủ nội dung,
 - Với tốc độ và âm thanh tương đương phần còn lại.

3. Phân định rõ cái gì không phải là nội dung quảng cáo (khoản 3)

a) Không phải quảng cáo nếu là tài liệu, hình ảnh mô tả trong các trường hợp:

- Khuyến mại, trưng bày, giới thiệu, hội chợ, triển lãm thương mại;
- Trừ: thực phẩm chức năng và thực phẩm cho chế độ ăn đặc biệt → vẫn kiểm soát theo luật an toàn thực phẩm.

b) Không phải quảng cáo nếu là:

- Nội dung bắt buộc trên nhãn/bao bì theo luật;
- Nội dung công bố công khai đến khách hàng;

Nội dung giáo dục – truyền thông, hoặc thuộc nghĩa vụ cung cấp thông tin



ĐIỀU 21. QUẢNG CÁO TRÊN BÁO IN



Luật quảng cáo 2012

1. Diện tích quảng cáo không được vượt quá 15% tổng diện tích một ấn phẩm báo hoặc 20% tổng diện tích một ấn phẩm tạp chí, trừ báo, tạp chí chuyên quảng cáo; phải có dấu hiệu phân biệt quảng cáo với các nội dung khác.



Luật quảng cáo 2025

1. Diện tích quảng cáo không được vượt quá 30% tổng diện tích một ấn phẩm báo hoặc 40% tổng diện tích một ấn phẩm tạp chí, trừ báo, tạp chí chuyên quảng cáo, phụ trương quảng cáo; phải có dấu hiệu phân biệt nội dung quảng cáo với các nội dung khác.



ĐIỀU 22. QUẢNG CÁO TRÊN BÁO NÓI, BÁO HÌNH



Luật quảng cáo 2012

4. Mỗi chương trình phim truyện không được ngắt để quảng cáo quá hai lần, mỗi lần không quá 05 phút.

Mỗi chương trình vui chơi giải trí không được ngắt để quảng cáo quá bốn lần, mỗi lần không quá 05 phút.

5. Khi thể hiện sản phẩm quảng cáo kèm theo nội dung thông tin chính bằng hình thức chạy chữ hoặc một chuỗi hình ảnh chuyển động thì sản phẩm quảng cáo phải được thể hiện sát phía dưới màn hình, không quá 10% chiều cao màn hình và không được làm ảnh hưởng tới nội dung chính trong chương trình. Quảng cáo bằng hình thức này không tính vào thời lượng quảng cáo của báo hình.



Luật quảng cáo 2025

4. Chương trình giải trí và phim có thời lượng dưới 05 phút không được ngắt nội dung để quảng cáo.

Mỗi chương trình giải trí và phim có thời lượng từ đủ 05 phút đến dưới 15 phút được ngắt nội dung chương trình để quảng cáo một lần, có thời lượng từ đủ 15 phút trở lên thì cứ đủ 15 phút tăng trong thời lượng chương trình được ngắt quảng cáo thêm một lần, thời lượng mỗi lần phát quảng cáo không quá 05 phút.

5. Khi thể hiện sản phẩm quảng cáo kèm theo nội dung thông tin chính thức bằng hình thức chạy chữ hoặc một chuỗi hình ảnh chuyển động thì diện tích quảng cáo phải bảo đảm không được vượt quá 10% diện tích màn hình; phải có dấu hiệu phân biệt nội dung quảng cáo với các nội dung khác và không được làm ảnh hưởng tới nội dung chính trong chương trình. Quảng cáo bằng hình thức này không tính vào thời lượng quảng cáo của báo hình. Khi thể hiện sản phẩm quảng cáo kèm theo nội dung thông tin chính thức bằng hình thức chạy chữ thì sản phẩm quảng cáo phải được thể hiện sát cạnh dưới màn hình.

ĐIỀU 22. QUẢNG CÁO TRÊN BÁO NÓI, BÁO HÌNH

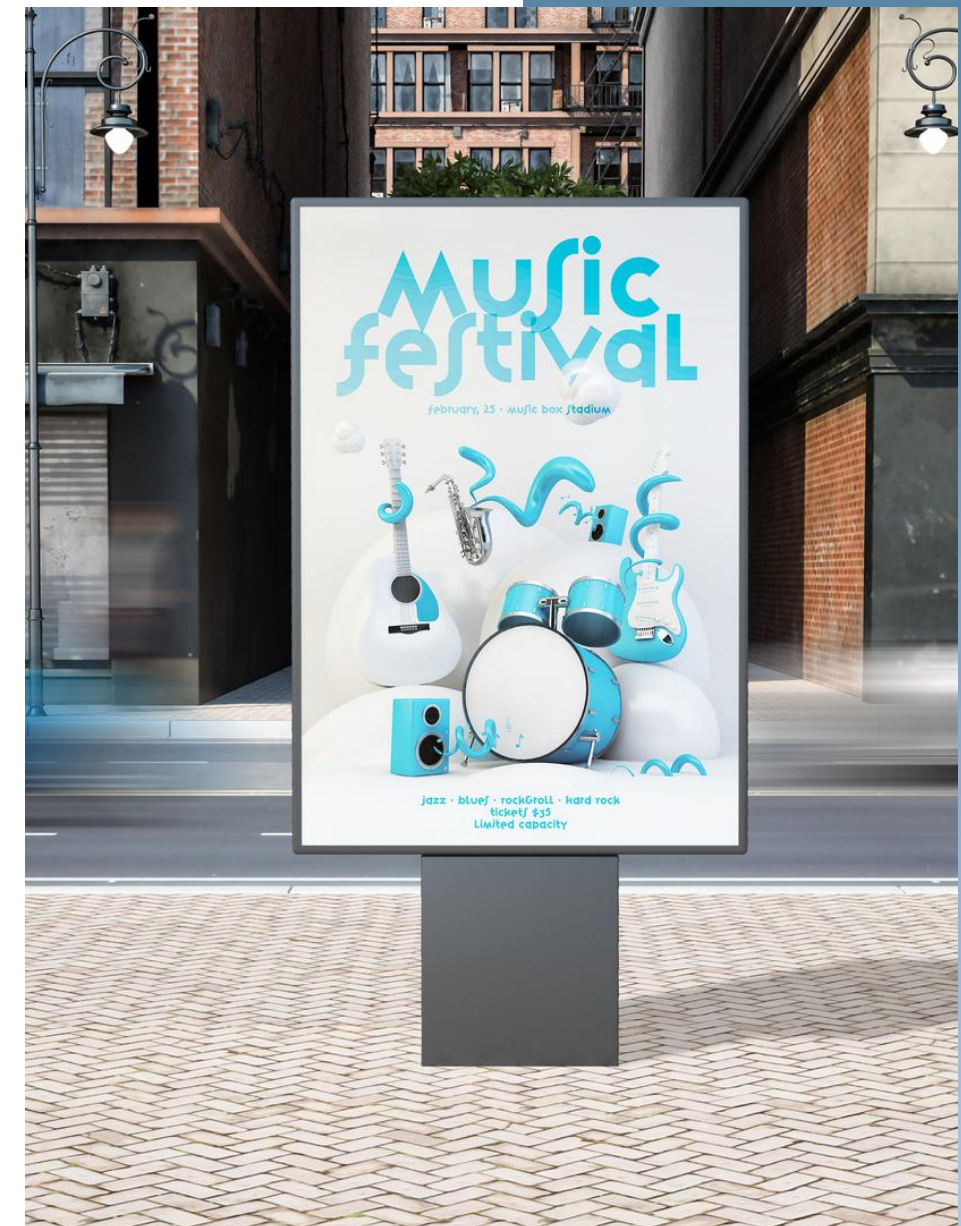
Cơ quan báo hình, đơn vị cung cấp dịch vụ phát thanh, truyền hình được truyền dẫn, phát sóng trực tiếp các sự kiện quốc tế, chương trình thể thao nước ngoài có sẵn một số thông tin, hình ảnh quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo khi đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

a) Phải có bản quyền phát sóng trực tiếp tại Việt Nam

- Là điều kiện bắt buộc đầu tiên.
- Nếu không có bản quyền, việc phát sóng là vi phạm bản quyền và không được pháp luật bảo vệ.

b) Không có quan hệ thương mại với nội dung quảng cáo

- Đơn vị Việt Nam không được ký hợp đồng quảng cáo, không hưởng lợi ích trực tiếp từ các quảng cáo xuất hiện.
- Điều này nhằm ngăn việc hợp thức hóa quảng cáo cấm (theo Điều 7), trốn tránh nghĩa vụ kiểm duyệt nội dung quảng cáo.



ĐIỀU 22. QUẢNG CÁO TRÊN BÁO NÓI, BÁO HÌNH

Cơ quan báo hình, đơn vị cung cấp dịch vụ phát thanh, truyền hình **được truyền dẫn, phát sóng trực tiếp các sự kiện quốc tế, chương trình thể thao nước ngoài có sẵn một số thông tin, hình ảnh quảng cáo các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo** khi đáp ứng đủ các điều kiện sau đây:

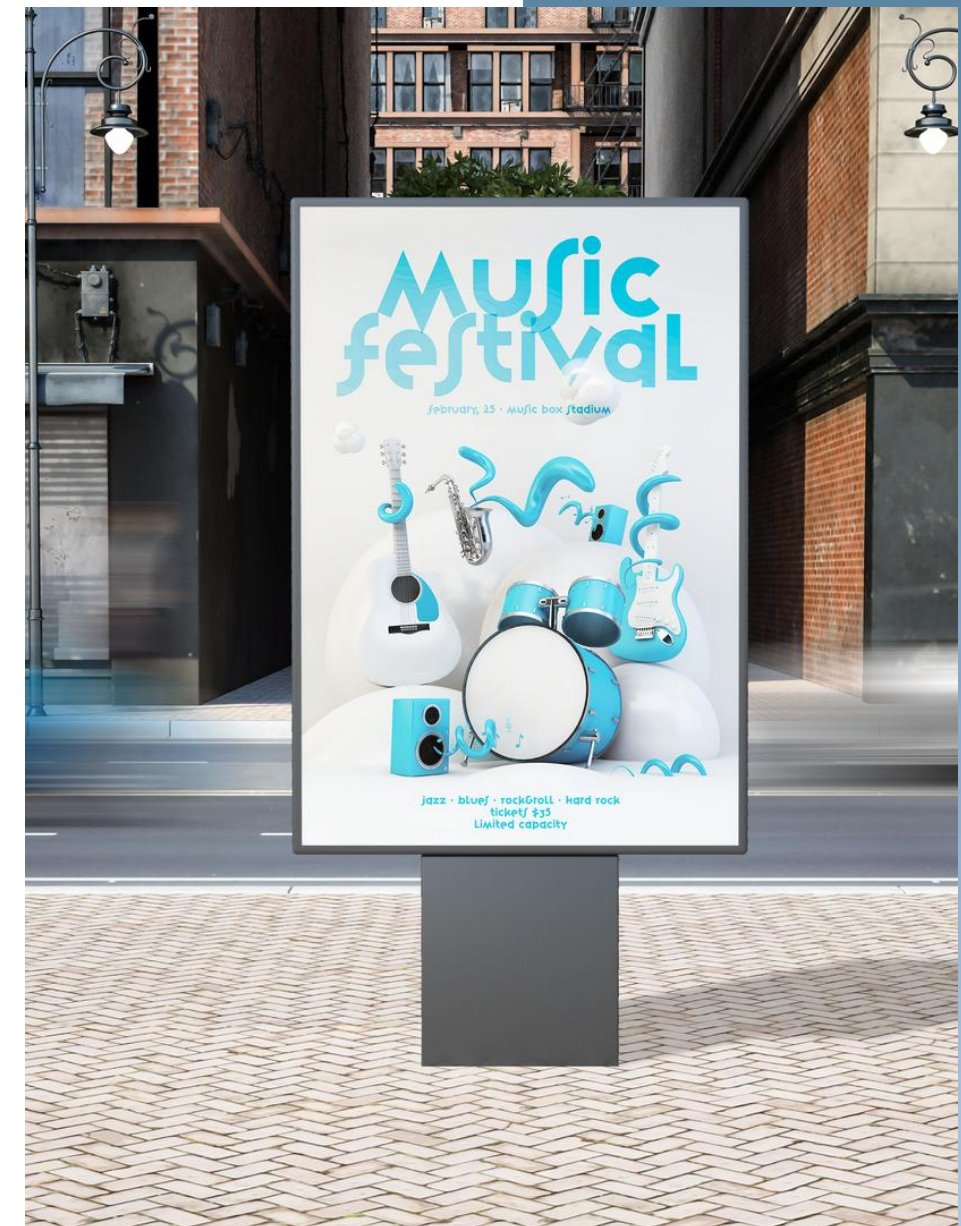
c) Không có quyền kiểm soát nội dung và không thể xử lý kỹ thuật

- Trong trường hợp không có quyền chỉnh sửa hoặc che mờ nội dung quảng cáo, thì:
- Phải cảnh báo rõ ràng bằng tiếng Việt và tiếng Anh: đây là cơ chế “tự bảo vệ pháp lý”;
- Đồng thời đề nghị cơ quan nhà nước áp dụng biện pháp kỹ thuật chặn truy cập vào trang cung cấp sản phẩm, dịch vụ bị cấm quảng cáo.

Riêng với trường hợp phát lại:

- Nếu có thể xử lý kỹ thuật: phải che mờ quảng cáo cấm;
- Nếu không thể xử lý: phải tiếp tục thực hiện cảnh báo và đề nghị chặn truy cập như khi phát trực tiếp.

d) Quảng cáo không được thể hiện bằng tiếng Việt



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

1. Phạm vi điều chỉnh được mở rộng đáng kể

Luật 2012 chỉ quy định quảng cáo trên:

- Báo điện tử
- Trang thông tin điện tử
- Trang của cơ quan nhà nước
- Hoặc của tổ chức, cá nhân nước ngoài kinh doanh quảng cáo xuyên biên giới

Luật 2025 mở rộng thành một khái niệm chung: **“quảng cáo trên mạng”**, bao gồm:

- Báo điện tử
- Trang thông tin điện tử
- Mạng xã hội, ứng dụng trực tuyến, nền tảng số kết nối Internet (ví dụ: YouTube, TikTok, OTT, game app...)

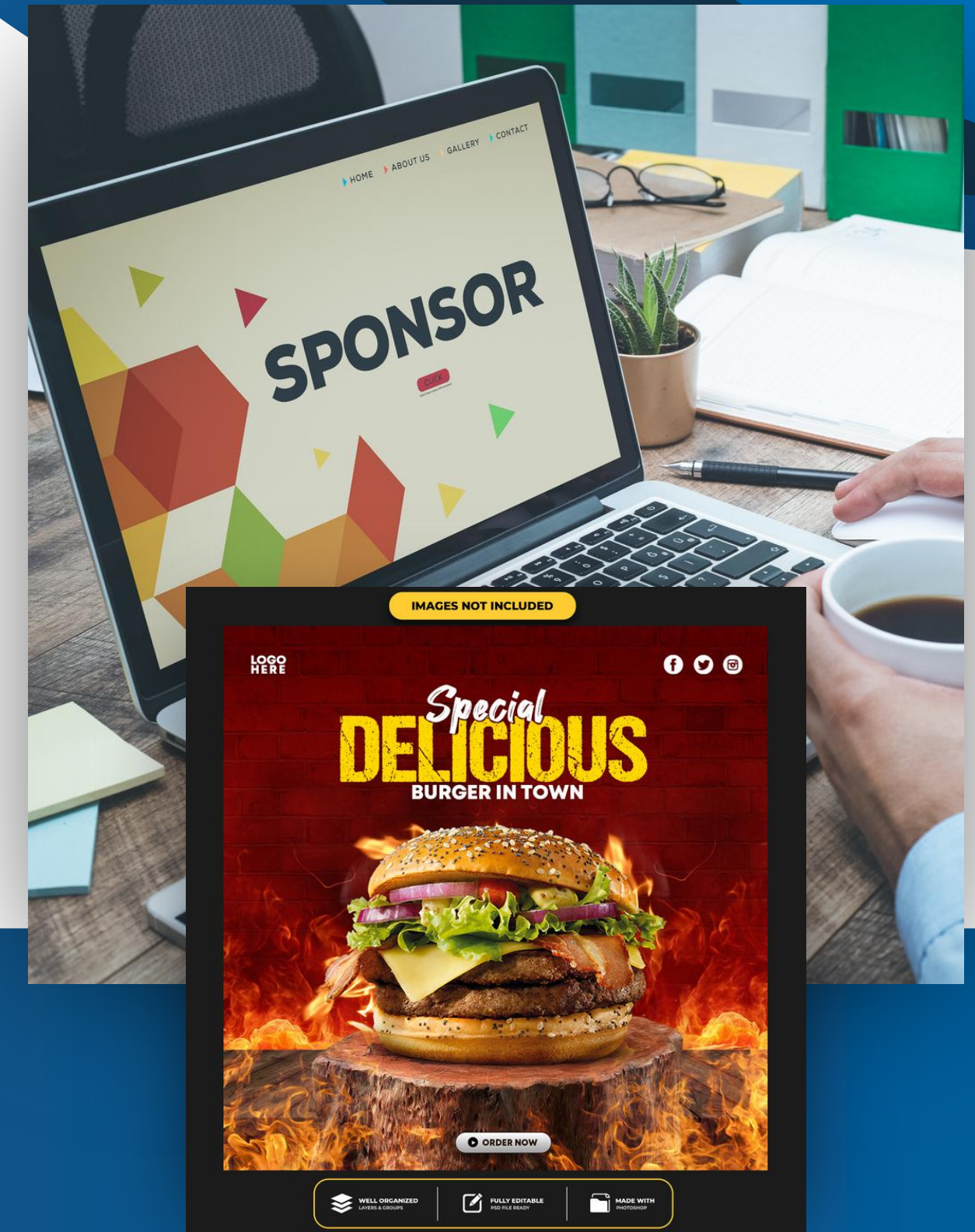


ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

2. Yêu cầu nhận diện rõ ràng

Nội dung quảng cáo trên mạng phải được phân biệt rõ ràng với các nội dung khác không phải là quảng cáo:

- Luật yêu cầu sử dụng **ít nhất một** trong các dạng sau:
- **Chữ số** (ví dụ: mã hiệu “QC01”, “AD1”)
- **Chữ viết** (ví dụ: “Quảng cáo”, “Sponsored”, “Tài trợ”, “Advertorial”)
- **Ký hiệu** (ví dụ: biểu tượng “i” hoặc “AD”)
- **Hình ảnh** (ví dụ: biểu tượng nhãn dán quảng cáo, logo thương hiệu...)
- **Âm thanh** (đối với nội dung quảng cáo có tiếng, như video: cần lời mở đầu “Quảng cáo”, “Nội dung được tài trợ”...)



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

2. Yêu cầu đối với quảng cáo không ở vùng cố định

Đối với những quảng cáo không ở vùng cố định, phải có tính năng, biểu tượng dễ nhận biết cho phép người tiếp nhận:

Tắt quảng cáo

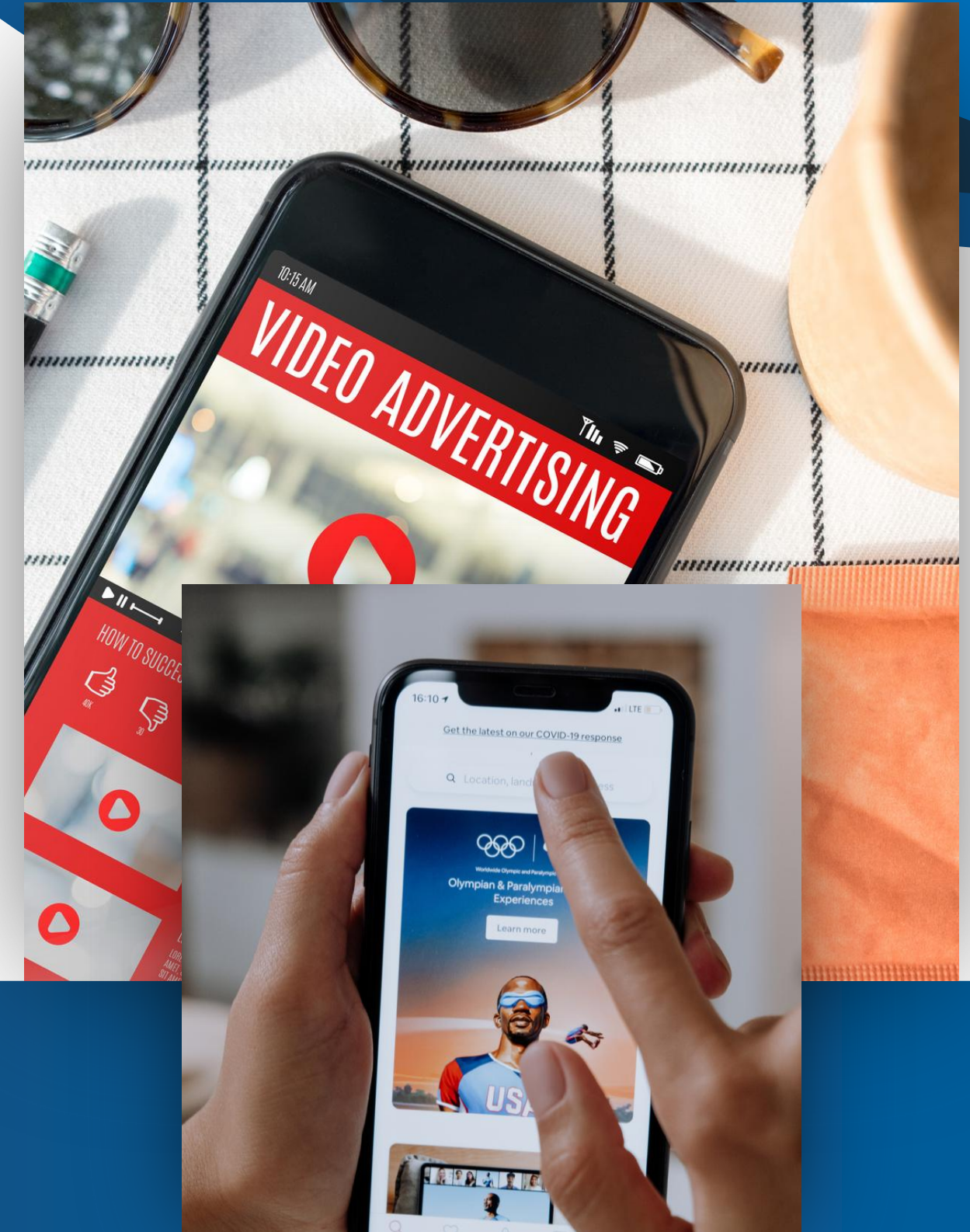
→ Phải có biểu tượng hoặc nút rõ ràng, dễ nhận biết để người dùng có thể chủ động tắt quảng cáo, tránh tình trạng bị ép xem.

Thông báo vi phạm

→ Cung cấp tính năng để người dùng báo cáo nội dung quảng cáo vi phạm (VD: sai sự thật, phản cảm, lừa đảo...) đến nhà cung cấp dịch vụ (platform hoặc bên phát hành quảng cáo).

Từ chối xem nội dung quảng cáo không phù hợp

→ Người dùng phải được phép từ chối tiếp tục xem các quảng cáo không phù hợp với độ tuổi, sở thích, khu vực, tôn giáo, giới tính,... (ví dụ quảng cáo rượu với người dưới 18 tuổi)



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

3. Kiểm soát nội dung liên kết ngoài (external links)

Đối với quảng cáo có chứa đường dẫn (link) đến nội dung khác, thì:

- Nội dung tại trang đích (nội dung được dẫn đến) phải tuân thủ pháp luật Việt Nam;
- Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo và người phát hành quảng cáo phải có giải pháp kiểm tra và giám sát các nội dung này.

Đối tượng chịu trách nhiệm:

- Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo: Ví dụ: Google Ads, Facebook Ads, TikTok Ads...
- Người phát hành quảng cáo: Các trang báo điện tử, kênh YouTube, fanpage, influencer...



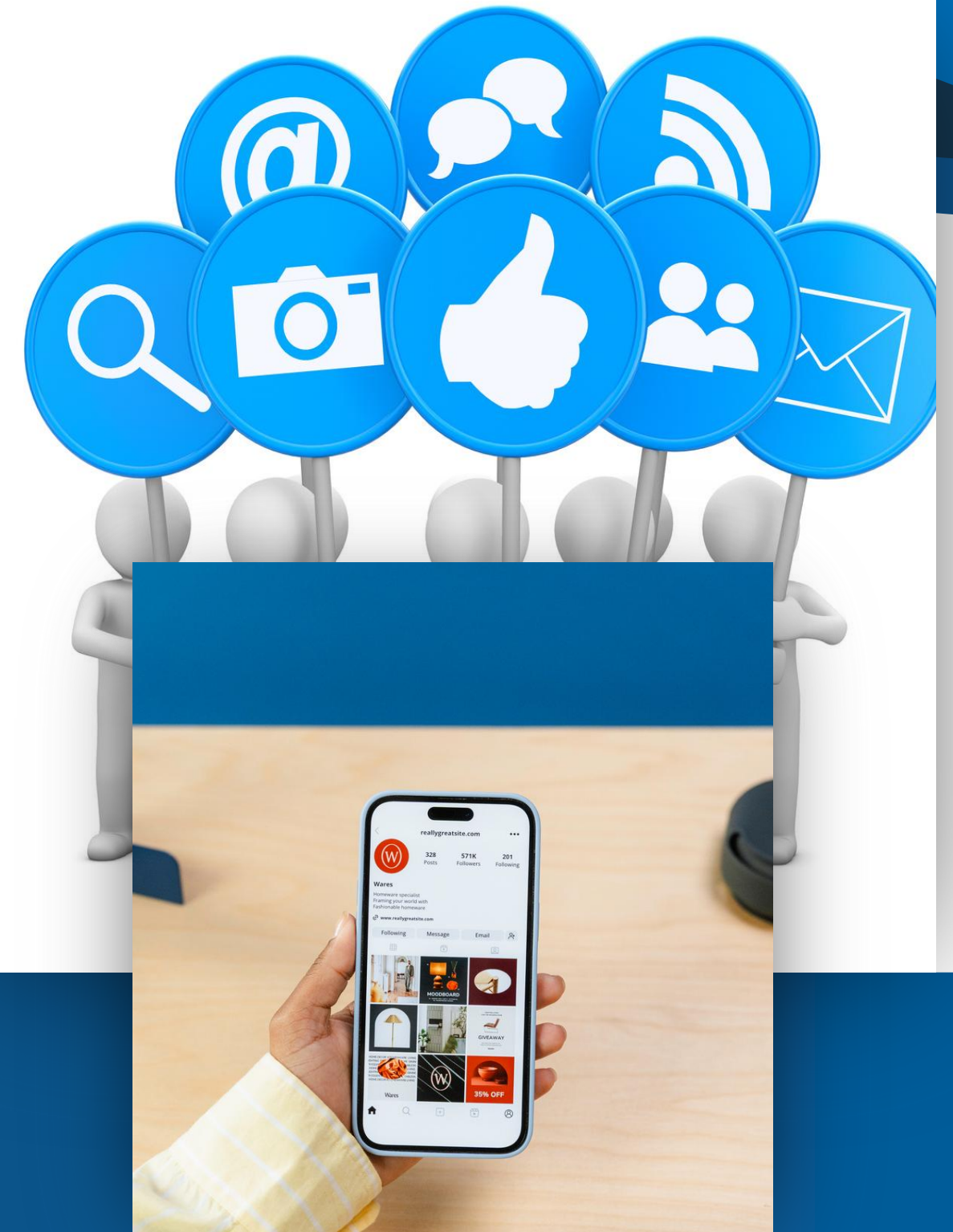
ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

3. Trách nhiệm của nền tảng mạng xã hội (Facebook, TikTok, YouTube, Zalo)

Tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ mạng xã hội phải cung cấp cho người sử dụng tính năng để phân biệt nội dung quảng cáo với các nội dung khác.

4. Trách nhiệm của người dùng mạng xã hội (KOL, influencer, admin fanpage, v.v.)

Người sử dụng dịch vụ mạng xã hội khi thực hiện quảng cáo phải có dấu hiệu phân biệt nội dung quảng cáo hoặc được tài trợ với nội dung khác do mình cung cấp.



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

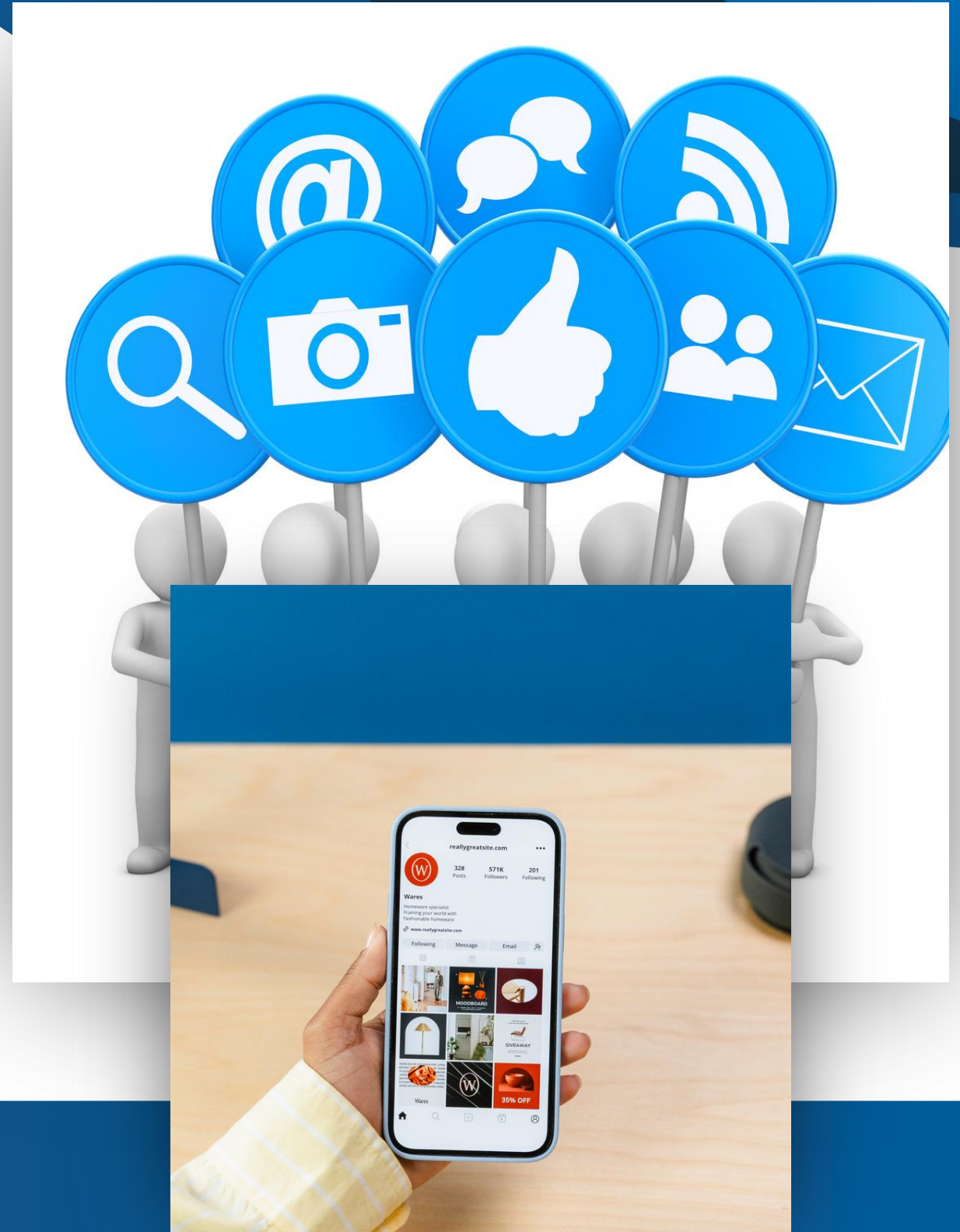
5. Làm rõ trách nhiệm của các bên trong hệ sinh thái quảng cáo số

- Người quảng cáo
- Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo
- Người phát hành quảng cáo
- Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo

→ Những chủ thể này phải tuân thủ các luật chuyên ngành khác như:

a) Tuân thủ pháp luật liên quan và nghĩa vụ thuế

- Luật An ninh mạng
- Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân
- Luật Bảo vệ người tiêu dùng
- Luật Trẻ em
- Luật về Internet và thông tin mạng
- Phải đăng ký, kê khai, nộp thuế theo quy định khi có doanh thu phát sinh từ hoạt động quảng cáo, ví dụ:



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

5. Làm rõ trách nhiệm của các bên trong hệ sinh thái quảng cáo số

- Người quảng cáo
- Người kinh doanh dịch vụ quảng cáo
- Người phát hành quảng cáo
- Người chuyển tải sản phẩm quảng cáo

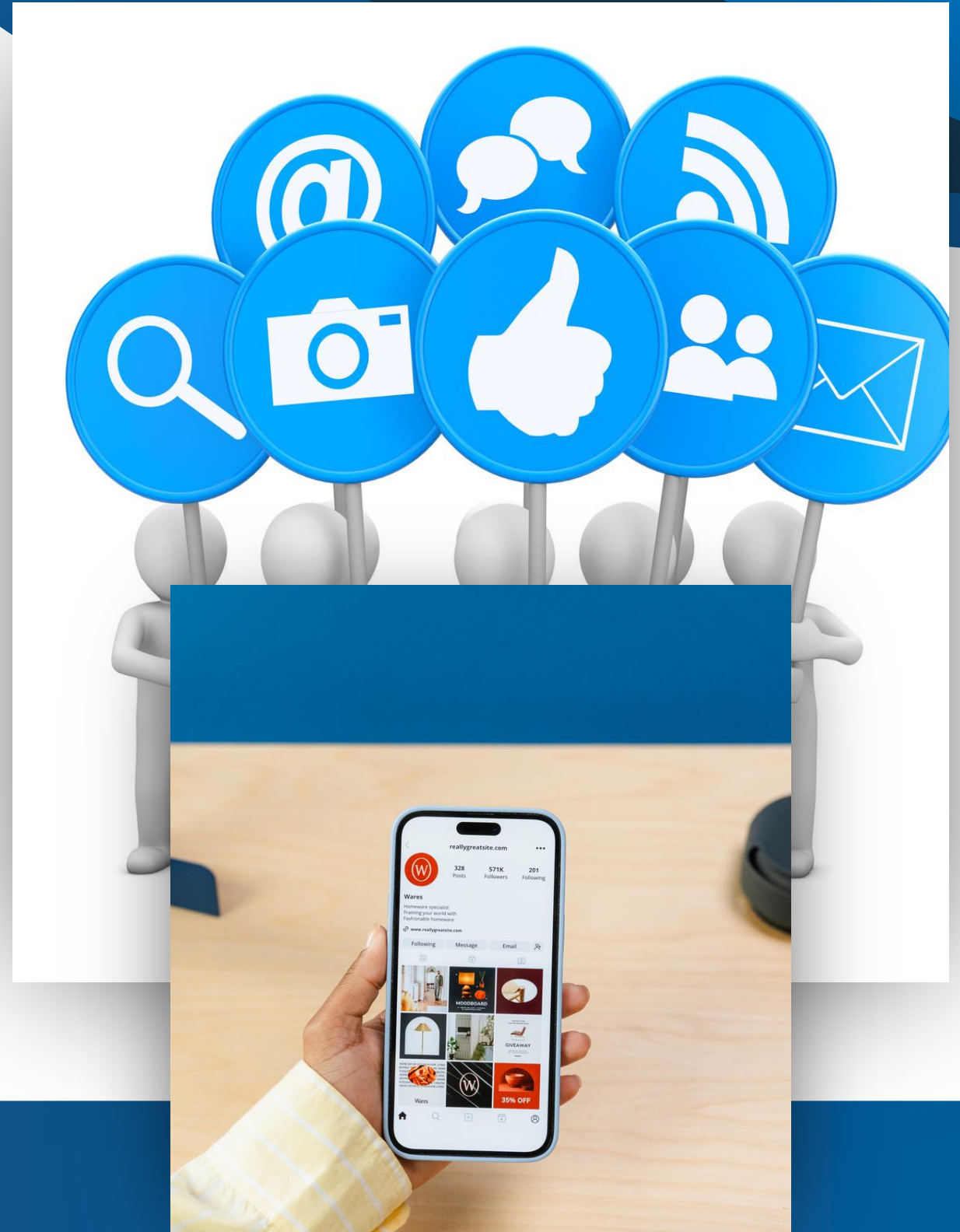
→ Những chủ thể này phải tuân thủ các luật chuyên ngành khác như:

b) Không được đặt quảng cáo gần nội dung vi phạm pháp luật

c) Không hợp tác với các kênh vi phạm đã bị cơ quan nhà nước công khai vi phạm pháp luật

d) Phải gỡ bỏ hoặc ngăn chặn quảng cáo vi phạm theo yêu cầu, cung cấp thông tin về hoạt động quảng cáo trên mạng có dấu hiệu vi phạm pháp luật khi có yêu cầu;

đ) Chấp hành các biện pháp xử phạt vi phạm hành chính và biện pháp xử lý khác khi vi phạm pháp luật về quảng cáo



ĐIỀU 23. QUẢNG CÁO TRÊN MẠNG

6. Thiết lập nghĩa vụ kỹ thuật và pháp lý đối với người kinh doanh dịch vụ quảng cáo trên mạng

Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo trên mạng phải:

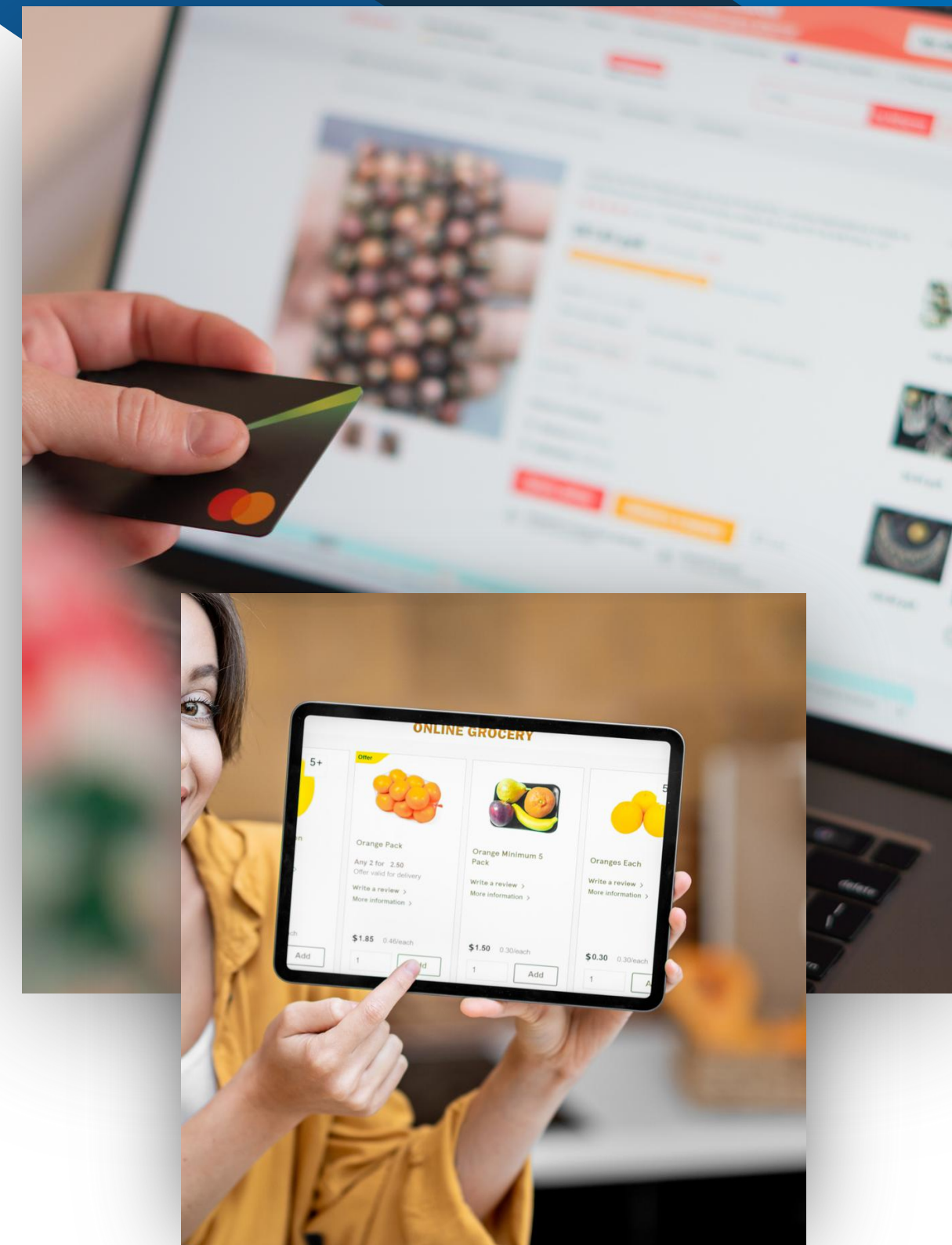
- Thông báo thông tin liên hệ đến cơ quan quản lý
- Xác minh danh tính người quảng cáo
- Lưu trữ dữ liệu, thuật toán phân phối quảng cáo
- Gỡ bỏ quảng cáo vi phạm
- Cung cấp cơ chế xử lý khiếu nại, báo cáo định kỳ
- Tôn trọng tính minh bạch và quyền kiểm soát của người Việt Nam

7. Thiết lập quy trình phản ứng nhanh trong kiểm soát vi phạm

- Tổ chức, cá nhân phải **ngăn chặn, gỡ bỏ quảng cáo vi phạm trong vòng 24 giờ** kể từ khi cơ quan nhà nước yêu cầu.
- Nếu không thực hiện, cơ quan có thẩm quyền **được phép triển khai biện pháp kỹ thuật ngăn chặn** (tương tự như biện pháp chặn tên miền, chặn IP...).
- **Doanh nghiệp viễn thông và cung cấp Internet cũng phải phối hợp thực hiện.**

8. Tạo cơ chế kiểm soát quảng cáo xuyên biên giới

- Người quảng cáo nước ngoài có nhu cầu quảng cáo sản phẩm, dịch vụ tại Việt Nam phải tuân thủ Điều 39 – tức **phải có đại diện tại Việt Nam hoặc tuân thủ quy chế quản lý xuyên biên giới.**



Question And Answer Session

Thank You For Your Attention



www.waconsulting.vn 

0935 94 86 88 

nam.phan@waco.com.vn 